

Diseño en Comunicación Visual

Educación para la era de las TIC

Julio César Naranja

Diseñador en Comunicación Visual, Facultad de Bellas Artes (FBA),
Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

*Profesor Titular de la cátedra Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 a 5 “D” (FBA - UNLP).
Proyecto de investigación: Sistematización metodológica para el estudio y transferencia de los
sígnos icónicos utilizados para la comunicación visual en la Argentina actual.*

Silvia Andrea Cristian Ladaga

Diseñadora en Comunicación Visual, Facultad de Bellas Artes (FBA),
Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

*Profesora del Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 (Cátedra Naranja), FBA - UNLP.
Proyecto de Investigación: Arte de Acción en La Plata en el siglo XXI. Registro y análisis de inter-
venciones artísticas. (FBA - UNLP).*



Introducción

La responsabilidad de la docencia en la formación de profesionales en una disciplina que aún no cuenta con reconocimiento social —aunque tiene una larga y evidente trayectoria en su construcción— parece una labor compleja. Sin embargo, como docentes, debemos reconocer esta situación y trabajar para mejorar las experiencias pedagógicas sin resignar el uso de las nuevas tecnologías y el empleo de técnicas didácticas que permitan adecuar las materias y los contenidos. El proceso de enseñanza-aprendizaje debe ser lo suficientemente dúctil para potenciar las habilidades y las competen-

cias de cada alumno, inserto en una realidad que demanda nuevas estrategias a los centros educativos, y propiciar condiciones que favorezcan la reflexión, la experimentación y el desarrollo de capacidades de adaptabilidad a los cambios vertiginosos de la escena internacional y local.

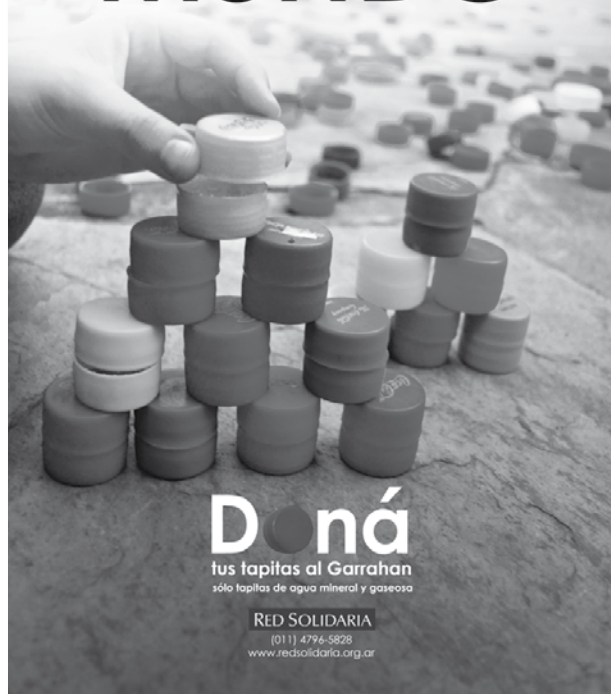
Poco después de pasada la primera década del siglo XXI, inmersos en una gran expansión tecnológica (de las TIC¹, entre otros avances) y en un mundo globalizado, ¿cómo planteamos la educación del Diseño en Comunicación Visual para las nuevas generaciones? Es necesario invitar a un debate constructivo para de-

¹ Las **tecnologías de la información y de la comunicación (TIC** o bien **NTIC** para *nuevas tecnologías de la información y de la comunicación*) agrupan las técnicas y los elementos usados en el tratamiento y en la transmisión de la información, principalmente, la informática, la Internet y las telecomunicaciones.

finir cuál será la directriz básica que enmarque esta disciplina proyectual que hoy sabemos creadora de identidades sociales. Delimitar claramente la responsabilidad disciplinar para con la sociedad y para con la formación de nuevos profesionales —que serán quienes establezcan las comunicaciones performativas en medios visuales y audiovisuales de los próximos años— debe ser parte de la práctica en los ámbitos académicos de formación.

Un debate que nos enfoque dentro de las disciplinas proyectuales —en las que los aspectos creativos/artísticos son una parte del proceso y no un todo— y nos ponga a dialogar con las ciencias sociales, intercambiando conocimiento y generando producciones interdisciplinarias,

Ayudanos a construir su **MUNDO**

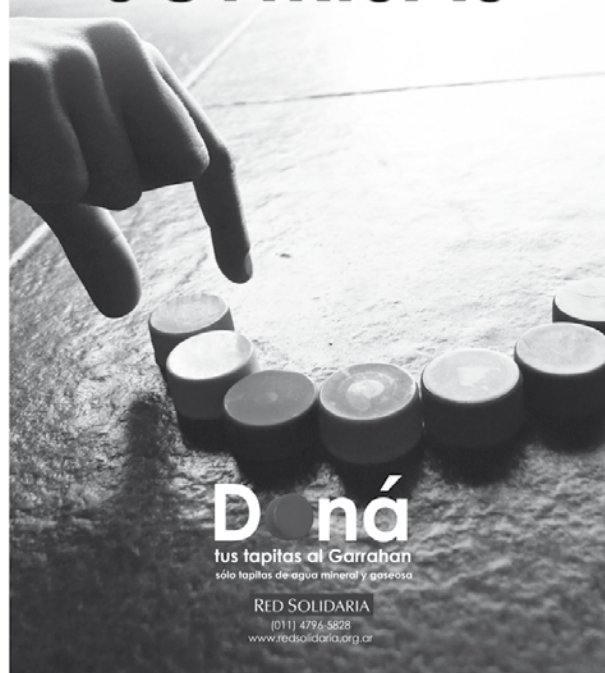


Autor de afiches: Jéssica Prado, alumna de 3er año, Taller de Diseño en Comunicación Visual, cátedra D, Facultad de Bellas Artes – UNLP, 2012

Llená tus bolsillos de **SOLIDARIDAD**

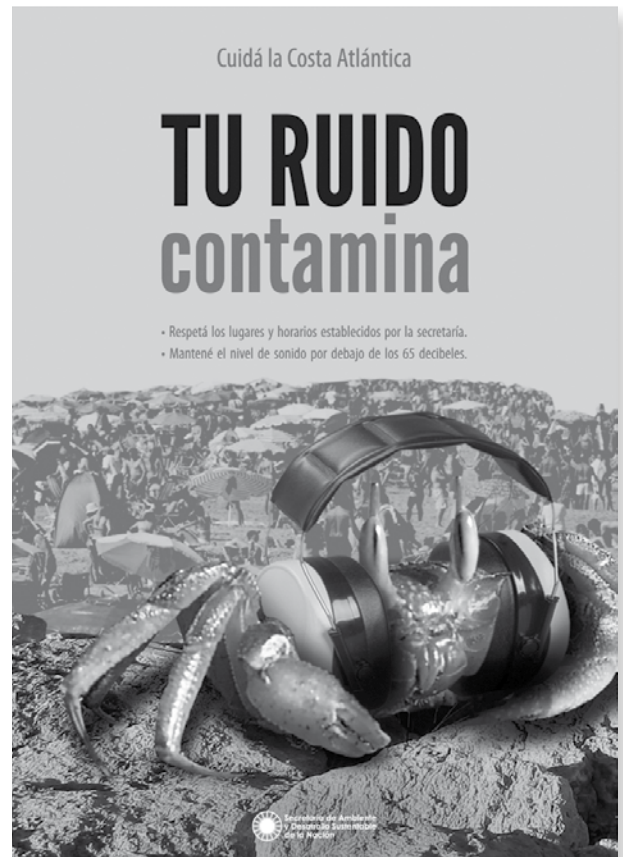


Ayudanos a generar **SONRISAS**



permitiría una mirada más abarcadora de la complejidad social que se nos presenta. Se trata de propiciar una perspectiva donde no perdamos de vista las raíces culturales —locales, regionales y sus proyecciones globales— y la necesaria alteridad que se establece en el diálogo social.

El Diseño² forma parte de la cotidianidad en afiches, carteles, productos alimenticios, diarios, revistas, televisión, interfaces, señalizaciones y todo elemento gráfico visual y audiovisual con los que diariamente convivimos. Expresa, en sus representaciones, realidades leídas desde los acontecimientos sociales y produce otras en pos de información o educación de esa misma sociedad.



Autor de afiches: Danila Belintende, alumna de 3er año, Taller de Diseño en Comunicación Visual, cátedra D, Facultad de Bellas Artes – UNLP, 2012



² Al decir “Diseño”, entendemos “Diseño en Comunicación Visual”.

Antecedentes

No parece muy distante el inicio de la década del sesenta, cuando Daniel Almeida Curth, profesor de Escultura de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y arquitecto graduado en la Universidad de Buenos Aires (UBA), junto con los profesores Manuel Souto, Héctor Cartier, Roberto Rollié, entre otros, instauraron, de modo experimental, las carreras de Diseño en Comunicación Visual y Arte Industrial —posteriormente Diseño Industrial— en la antigua Escuela Superior de Bellas Artes (hoy, Facultad de Bellas Artes de la UNLP).

Un precedente importante, que propició intercambios de experiencias académicas entre docentes y profesionales de las Universidades de Buenos Aires, La Plata y Mendoza fue la primera carrera de Diseño fundada por el arquitecto César Jannello en la Universidad Nacional de Cuyo.

En ese momento se pretendía responder a las demandas de un país en pleno proceso de industrialización; esto, en función de las medidas gubernamentales basadas en estrategias proteccionistas de sustitución de importaciones e incentivos a los productores argentinos para la fabricación de bienes nacionales propios.

En ese contexto, el Diseño creció considerado como factor sinérgico y coadyuvante de la economía y del desarrollo de la industria nacional. Este nacimiento,

casi pragmático, del Diseño en la Argentina tuvo su máximo esplendor en la década del setenta, cuando las empresas comenzaron a entender los beneficios proporcionados por los objetos bien proyectados y los recursos de comunicación que concedía el mismo.

Así, empezaron a formarse departamentos de desarrollo y de diseño dentro de las empresas, al mismo tiempo que nacieron estudios de Diseño Industrial y de Comunicación Visual para ofrecer sus servicios como consultores o desarrolladores de proyectos.

Paralelamente a esta irrupción del Diseño en la escena productiva nacional, se fundaron distintas instituciones educativas —públicas y privadas— que también participaron de la idea de formar diseñadores para un mercado cada vez más demandante.

Hoy, después de más de cincuenta años transcurridos en la formación académica de diseñadores, nos encontramos en una instancia en la que el Diseño debe reflexionar sobre su propia identidad profesional y prepararse para afrontar el curso de cualquier situación político-económica, sabiendo propiciar su demanda y formando profesionales responsables de su rol social, conscientes de las nuevas tecnologías de información y de comunicación, cargadas de hipervisualidad, para descubrir nuevas posibilidades de aplicación de la disciplina.

La educación en comunicación visual

Desde las perspectivas docentes, podríamos plantear temas instalados cotidianamente en las aulas y generar algunos enfoques que acompañen programas capaces de leer y adaptarse a esta sociedad de cambios dinámicos.

Por ejemplo, se puede hablar de la comunicación en el ciberespacio y en los nuevos modos de la escritura —ya considerada un signo de identidad de los jóvenes— que, al perseguir una finalidad práctica —en los medios digitales (chat, correo electrónico, mensajes de texto telefónicos, etc.)—, reconfiguran el lenguaje limitando los caracteres a abreviaturas, acortamientos, siglas, acrónimos o sobre la base de fonéticas, e incorporan neologismos y extranjerismos. Castells de-

nomina “oralidad escrita” al texto escrito que se acerca a la oralidad y su espontaneidad. En este contexto, **toman preeminencia los elementos visuales**; según Castells (2009), “lo visual y los sonidos aportan su propio significado y prevalecen sobre lo textual”. El uso de emoticones y de imágenes confluye en una necesidad comunicativa más cercana a la oralidad. Entonces, cabe preguntarse cómo inciden en las comunicaciones visuales estos cambios en la estructura del lenguaje, donde el emisor —en este caso, *diseñador*— tiene naturalizados nuevos modos de representación.

Observemos la categoría que propone Jesús Martín Barbero (2012) cuando analiza las sociedades actuales y sus modos de comunicación, y habla de “la exis-

La perspectiva del Diseño en la globalización

Es pertinente también reflexionar sobre cómo el Diseño, que ha tenido siempre la función de **diferenciar e identificar**, hoy, pareciera comportar una contradicción. Ejemplos de esto los encontramos en las representaciones significativas para públicos masivos —los códigos visuales y textuales utilizados tienen una neutralidad tal que acentúa específicamente lo denotado—, de manera que el mensaje se aplique a todos los públicos posibles. En los casos referidos a las comunicaciones de empresas multinacionales (industria automotriz, indumentaria, cosmética, etc.) se enfatiza la identidad que refiere a la marca —global— y no a las singularidades locales de los sujetos.

¿Cómo equilibrar la convivencia de lo propio y local con lo global? Es ostensible que el camino hacia la globalización afecte lo cultural y lo comunicacional, por lo tanto, lo social. Si entendemos el Diseño como productor de sentidos, vinculado a los discursos visuales, no podemos, entonces, desconocer su importancia como proceso generador de cultura.

La globalización impone nuevos modelos sociales, con frecuencia asociados a los países más desarrollados y avanzados tecnológicamente, quienes, a su vez, son productores y agentes distribuidores de información. Podríamos inferir que los discursos con registros de mayor poder, en combinación con una velocidad de distribución sin precedentes, exponen a las sociedades a la reproducción de estos. En consecuencia, se arriesgan las identidades locales, las iconografías que las definen y se favorecen conductas sociales de tipo global. Alrededor del tema de la globalización, encontraremos posiciones diversas en todos los ámbitos intelectuales. Por ejemplo, uno de los defensores es el escritor peruano Mario Vargas Llosa (2000), quien opina que la globalización propicia oportunidades de universalización y de desarrollo a la cultura de Latinoamérica:

[...] una de las grandes ventajas de la globalización es que ella extiende de manera radical las posibilidades de que cada ciudadano de este planeta interconectado —la patria de todos— construya su propia identidad cultural, de acuerdo con sus preferencias y motivaciones íntimas y mediante acciones voluntariamente decididas. Pues, ahora, ya no está obligado, como en el pasado y todavía en muchos lugares en el presente, a acatar la identidad que, recluyéndolo en un campo de concentración del que es imposible escapar, le im-

ponen la lengua, la nación, la iglesia, las costumbres, etcétera, del medio en que nació. En este sentido, la globalización debe ser bienvenida porque amplía de manera notable el horizonte de la libertad individual.

Contrariamente, existen posiciones que consideran a la globalización un fenómeno que atenta contra las identidades y la diversidad cultural, y las pone en riesgo. En este sentido, expresa el escritor italiano Umberto Eco (Ortiz, 2006):

La pérdida en los conocimientos históricos, una enfermedad típica en Estados Unidos, se está extendiendo por desgracia cada vez más también entre los jóvenes europeos [...]. Un joven francés o italiano al que se le pregunta hoy en día quién fue jefe de Estado de su país en los años 50 probablemente no tenga ni idea. En mi época lo habría sabido contestar cualquier colegial.

No cabe duda de que este hecho globalizador ha puesto en escena nuevos actores, que se interrelacionan con una libertad y una velocidad hasta ahora desconocidas para los productores culturales, quienes, a su vez, son generadores de códigos, signos, símbolos e imágenes con los que estas culturas serán reconocidas por las generaciones siguientes. El Diseño, a través de su método proyectual (técnico/estético), configura sistemas, imágenes, realidades; formas que constituyen redes de comunicación social, donde evolucionan y se desarrollan las culturas. Las piezas de diseño son agentes transmisores de información, acontecimientos y hechos que hablan de identidades concretas, configuradas en tiempos y espacios determinados, y propician una retroalimentación —resultante directa del contexto cultural que habita— que se materializa en las acciones y en las conductas sociales.

Todo esto implica una nueva forma de relacionarse y de comunicarse, por lo tanto, he aquí el reto que debemos afrontar, tanto profesionales como docentes de Diseño en Comunicación Visual. De las producciones de esta disciplina dependemos, en gran medida, para relacionarnos con esta nueva sociedad intercultural, cada vez más compleja y diversa.

Conclusión

La convivencia en el entorno tecnológico provoca un desafío que involucra a todas las áreas disciplinares a replantear una nueva realidad y su incidencia en la construcción y en la interacción social.

[...] el psicoanálisis necesita comprender la influencia de los objetos digitales (computacionales, más precisamente) sobre la experiencia y especificidad del sujeto humano. Las tecnologías —dice— no son nunca herramientas neutras, puesto que nos conducen a vernos a nosotros y a ver el mundo de forma diferente (Turkle, 2002) [...]. Una densa red de relaciones en Internet desafía el concepto de identidad, que se hace múltiple, fluida, distribuida y heterogénea (propiedad de “representalidad” en el modelo de Nuevo Entorno Tecnosocial), (Fumero-Roca, 2007).

En este contexto TIC, el docente de Diseño debería ser capaz de adaptar recursos pedagógicos orientados a la generación de conocimiento, que contemplen aspectos de aprendizaje colaborativo, y de estructurar tareas que guíen a la comprensión y a la solución de problemas.

Las nuevas tecnologías (TIC) exigen que los docentes desempeñen nuevas funciones y también, requieren nuevas pedagogías y nuevos planteamientos en la formación docente. Lograr la integración TIC en el aula dependerá de la capacidad de los maestros para estructurar el ambiente de aprendizaje de forma no tradicional, fusionar las TIC con nuevas pedagogías y fomentar clases dinámicas en el plano social, estimulando la interacción cooperativa, el aprendizaje colaborativo y el trabajo en grupo, (UNESCO, 2012).

Como docentes necesitamos sortear la distancia no solo generacional, sino también tecnológica, sin que esto signifique que en las TIC estén todas las respuestas pedagógicas para esta época. Son los materiales cotidianos con los que conviven y se relacionan nuestros alumnos y nosotros mismos. Podemos revisar las teorías pedagógicas como el *conectivismo*³ (u otras) y generar un modelo de construcción de conocimiento que permita la transferencia, con un criterio de currículo en función del alumno como centro, y tenga en cuenta sus capitales simbólicos, intereses, habilidades y contexto.

El Diseño y su práctica docente deberán replantear, en su proceso proyectual, el desarrollo de metodologías acordes, pues tendrán nuevas exigencias que incluyan la dimensión global; se les exigirá la preservación de las identidades propias, la interpretación en clave local de los fenómenos multiculturales y, al mismo tiempo, deberán propiciar que sus propios fenómenos regionales sean capaces de generar el interés en el resto del mundo, aprovechando eficientemente las potencialidades de los nuevos medios de información y de comunicación.

Bibliografía y fuentes de internet

- Castells, M. et al. (2007). “El lenguaje de la comunicación inalámbrica”. *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Madrid: Ariel - Fundación Telefónica. Disponible en <www.eumed.net>
- Cucatto, A. (2009). *Introducción a los Estudios del Lenguaje y la Comunicación*. La Plata: EDULP.
- Fumero, A. y Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Con la colaboración especial de Fernando Sáez Vacas. Madrid: Fundación Orange.
- Martín Barbero, J. “La educación en el ecosistema comunicativo”. *Comunicar*. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, N.º 13. Disponible en <<http://dialnet.unirioja.es>>
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (2008). *Estándares de competencias en TIC para docentes*. Disponible en <<http://www.eduteka.org/pdfdir/UNESCOEstandaresDocentes.pdf>>
- Ortiz, E. *Umberto Eco, Internet, y la memoria histórica*. Disponible en <<http://extempforaneo.net/wordpress/archives/517?replytocom=4114>>
- Vargas Llosa, M. (11 de junio de 2000). “Culturas y globalización”. *Diario El Tiempo*. Santa Fé de Bogotá. Disponible en <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1284586>>

³ El Conectivismo es una teoría del aprendizaje para la era digital que ha sido desarrollada por George Siemens sobre la base del análisis de las limitaciones del conductismo, el cognitivism y el constructivismo, para explicar el efecto que la tecnología ha tenido sobre la manera en que actualmente vivimos, nos comunicamos y aprendemos. El punto de inicio del conectivismo es el individuo. El conocimiento personal se hace desde una red que alimenta de información a organizaciones e instituciones que, a su vez, retroalimentan información en la misma red que, finalmente, termina proveyendo nuevo aprendizaje al individuo. Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Conectivismo>.